
VEEOWNISM ARTE

(Perencanaan Pendirian Usaha *Art&Gift Shop*)

Fitri Novianti L

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP, Jl. Rajawali no.14 Palembang, telp:

+62(711)376400

Jurusan Ilmu Ekonomi, Manajemen, STIE MDP, Palembang

e-mail: your.vee11@gmail.com

Ringkasan Eksekutif

VeeOwnism Arte adalah sebuah usaha di bidang artshop yang menawarkan ilustrasi yang dapat digunakan sebagai hadiah maupun koleksi pribadi. VeeOwnism Arte merupakan usaha yang bergerak secara online melalui media sosial instagram. Produk yang disediakan dibagi menjadi tiga macam kategori yaitu softcopy, print-out art dan customized item. Proses produksi dilakukan oleh pemilik VeeOwnism Arte sendiri dengan media lukis tradisional dan digital. VeeOwnism Arte memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemilik, 1 admin online, dan 1 asisten. Kegiatan persiapan untuk membuka usaha ini diperkirakan membutuhkan waktu sekitar 3 bulan. Pada aspek keuangannya, berdasarkan analisis dari Payback Period, NPV, dan IRR usaha VeeOwnism Arte ini layak dijalankan dan memiliki proses keberlangsungan yang cukup baik.

Kata Kunci : *VeeOwnism Arte, ilustrasi, artshop*

Executive Summary

VeeOwnism Arte is a business field of artshop that offering an illustration and can be used as a gift or personal collection. VeeOwnism Arte is a business that operates online using social media, instagram. The products are available in three category which is softcopy, print-out art and customized item. The process of production is done by the owner of VeeOwnism Arte herself by media traditional drawing and media digital. VeeOwnism Arte have a organizational structure that consist of the owner, 1 admin online and 1 assistant. The preparation to open this business is estimated takes about three months. In the financial aspect, based on the analyst methods from payback period, NPV and IRR VeeOwnism Arte is declared as an eligible business and having the good persistence.

Keywords : *VeeOwnism Arte, illustration, artshop*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Berawal dari kebiasaan masyarakat dalam memberikan hadiah kepada keluarga, teman, maupun kerabat dan orang yang dikasihi. Pemberian hadiah menjadi salah satu gaya hidup dalam bermasyarakat saat ini, masyarakat Indonesia sudah terbiasa menjadikan *event-event* tertentu dalam bersosialisasi dimana mereka bisa memberikan sesuatu berkesan, bagi orang yang mereka kasihi. Melihat adanya pangsa pasar yang besar tersebut, maka saya yang memiliki kemampuan di bidang ilustrasi ingin membuat sesuatu yang unik dan dapat dijual. Usaha yang akan dijalankan secara online ini

menggunakan ilustrasi ini merupakan sebagai ciri dari *artshop* saya yang sudah ditekuni sejak SMA, yaitu desain ilustrasi dengan menggunakan media *digital* namun digambar menggunakan tangan atau manual untuk menciptakan karakter unik yang sifatnya sangat terbatas jumlah dan bentuknya.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

Visi VeeOwnism Arte:

Menjadikan VeeOwnism Arte sebagai salah satu artshop yang terkenal akan kreatifitas dan kualitasnya, serta sebagai pilihan utama masyarakat dalam mencari *souvenir*.

Misi VeeOwnism Arte yaitu :

1. Menerapkan sistem 4S : Salam, Sapa, Sopan, Santun.
2. Memberikan kepuasan bagi setiap pembeli agar merasa nyaman dalam setiap kali berbelanja.
3. Mengutamakan keunikan, kreatifitas, dan kualitas setiap karya.

Tujuan VeeOwnism Arte yaitu :

1. Memberikan karya yang berbeda dan tidak bisa disediakan oleh orang lain.
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan.
3. Memenuhi permintaan pelanggan.
4. Menjunjung tinggi nilai kejujuran dan kreatifivitas.
5. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

2. GAMBARAN USAHA

VeeOwnism Arte adalah sebuah *online shop* melalui media *instagram* yang menjual ilustrasi sebagai hadiah maupun koleksi pribadi bagi konsumen. Nama VeeOwnism Arte sendiri diambil dari berbagai kata, Vee diambil dari nama panggilan *owner*, *Own* diambil dari bahasa inggris yang berarti kepunyaan atau kepemilikan, *ism* memiliki unsur aliran, yang berarti veeownism adalah aliran seni dimiliki sendiri oleh *owner*, sedangkan *arte* berarti *art* (seni) dalam bahasa inggris. Ilustrasi digambar secara manual dengan menggunakan media *digital* berdasarkan foto dari konsumen. Ilustrasi ini bisa digunakan sebagai hadiah kepada keluarga, teman, pasangan baik dalam berbagai *event* apapun seperti *birthday*, *anniversary*, *graduation*, *party celebrating* dan lainnya. Semua pemesanan ilustrasi membutuhkan waktu proses masing-masing. Ilustrasi yang dibuat awalnya berupa *softcopy*, untuk *softcopy* dibutuhkan waktu maksimal 1 minggu setelah pemesan melakukan pembayaran dan mengirim *format email* gambar dan *detail* pesanan. Selain *softcopy*, VeeOwnism Arte juga mengembangkan ilustrasi ini agar dapat dinikmati dalam berbagai bentuk atau benda yaitu *print-out art* dan *customized item*. Alat-alat yang digunakan untuk memproduksi barang cukup sederhana. Alat utama yang dibutuhkan adalah *laptop*, *pen tablet* dan *printer*. Untuk mencetak barang *customized* VeeOwnism Arte menggunakan jasa cetak dari pabrik lain yang beberapa ada di luar kota Palembang. VeeOwnism Arte menyediakan beberapa barang *in-stock* yaitu kertas *canvas*, kertas *glossy*, *frame*, *sticker*. Untuk barang yang lainnya hanya diproduksi apabila ada pemesanan. VeeOwnism Arte menerima pesanan melalui media sosial, yaitu *line* dan *email* saja. Setiap pemesanan akan diproses setelah melakukan pembayaran dimuka. Setelah melakukan pembayaran konsumen diharuskan mengirim *email* dengan foto, pesanan, keterangan ilustrasi yang diinginkan, dan alamat lengkap. Setelah *email* terkirim maka barulah pesanan mereka

diproses. Keunikan dan keunggulan produk terletak pada konsep yang digunakan yang bertajuk “*flower pattern*” dan karakter khusus dari ilustrasi VeeOwnism Arte yang berbeda, VeeOwnism Arte juga memiliki sketsa awal dengan sentuhan warna yang lebih baik dari para pesaing serta banyaknya produk *customized* yang diproduksi yang juga tidak dimiliki oleh pesaing-pesaing VeeOwnism Arte.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, Target Pasar dan Positioning

VeeOwnism Arte lebih fokus kepada penjualan *online* karena itu segmentasi dari VeeOwnism Arte adalah pengguna Internet di seluruh wilayah Indonesia dari semua kalangan dan berada pada kelas ekonomi menengah ke atas di perkotaan-perkotaan Indonesia. Target utama pasar yang ingin diraih oleh usaha VeeOwnism Arte ini adalah konsumen yang sering menggunakan internet, mengerti cara mengoperasikan *gadget* sejenis *smartphone* atau sering menggunakan *computer/laptop* dan konsumen yang memiliki ketertarikan dalam memiliki benda yang unik. *Positioning* yang ingin dicapai dari usaha VeeOwnism Arte ini adalah sebagai penyedia barang yang unik untuk dapat diberikan sebagai hadiah dan tidak dimiliki oleh *artshop* lain.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Dalam perhitungan perkiraan permintaan dan penawaran terhadap produk VeeOwnism Arte, saya menggunakan data yang diperoleh dari www.sosmedtoday.com mengenai jumlah pengguna *internet* dan pengguna *instagram* di Indonesia tahun 2014. Untuk melakukan perhitungan perkiraan permintaan, didapatkan data pengguna *internet* di Indonesia sebesar 38.191.873 *user* dan pengguna *instagram* sebesar 32% atau berarti 122.214 *user*. Setelah melalui riset diasumsikan pasar yang menyukai barang *handmade* atau lukisan sebesar 19%, dan dari 19% tersebut ada 25% responden yang tertarik dan memiliki keinginan untuk membeli barang *handmade* sehingga permintaan menjadi 5.805 per bulannya dan diasumsikan adanya kenaikan sebesar 10% setiap tahunnya. Untuk perhitungan penawaran Asumsi dari jumlah permintaan 25% dari 23.220 orang yaitu 5.805 per bulan, sedangkan penawaran pesaing sejumlah 2.340 dan baru memenuhi sekitar 40,3% dari permintaan, maka masih ada peluang sebesar 3.465 atau sebesar 59,6% yang belum terlayani. Dari 3.465 peluang pasar yang ada, di Indonesia diasumsikan VeeOwnism Arte dapat memenuhi permintaan sebanyak 300 setiap bulannya atau 10 setiap harinya karena keterbatasan waktu dan tenaga kerja.

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Pangsa pasar yang tersedia cukup besar sekitar 59,6% atau sebesar 41.580 orang sehingga peluang VeeOwnism Arte masih cukup besar untuk dapat memenuhi permintaan konsumen. Dan pangsa pasar yang ingin diraih VeeOwnism Arte sebesar 17% atau sekitar 3600 orang.

3.4 Analisis SWOT

1. *Strenght* (Kekuatan)

- Harga terjangkau dengan kualitas ilustrasi gambar yang lebih baik.
- Banyak produk *customized* yang tidak dimiliki oleh *artshop* lain.

- Proses pembuatan lebih cepat
- 2. *Weakness* (Kelemahan)
 - Adanya keterbatasan *supplier* di kota Palembang.
 - Merek yang belum terkenal.
- 3. *Opportunities* (Peluang)
 - Masih besarnya peluang yang belum dicapai pesaing.
 - Adanya trend di masyarakat seperti perayaan hari *valentine*, hari ulang tahun, hari *anniversary* dan lain lain.
- 4. *Threat* (Ancaman)
 - Pesaing sejenis yang lebih terkenal.

3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.5.1 Produk (Product)

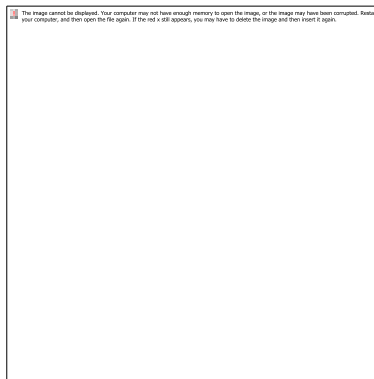
Produk merupakan faktor utama yang harus diperhatikan dari segala aspek. Dikarenakan produk merupakan hal utama dalam pembuatan usaha. Produk juga menjadi tolak ukur masyarakat untuk berpikir kembali dalam membeli barang kita di kemudian hari. Berikut beberapa contoh produk VeeOwnism Arte:



Gambar 1 *Frame* VeeOwnism Arte



Gambar 2 *Case* VeeOwnism Arte



Gambar 3 *Cushion VeeOwnism Arte*

3.5.2 Harga (Price)

Harga yang ditawarkan VeeOwnism Arte berkisar dari Rp 85.000 – Rp 360.000.

3.5.3 Promosi (*Promotion*)

a. *Advertising* (Periklanan)

- Mempromosikan VeeOwnism Arte secara *Offline* dan *Online* melalui jejaring sosial dengan bantuan teman, keluarga dan kerabat.
- Melakukan *endorse* ke *selebgram*, *fashion blogger*, atau artis yang bersedia.
- Melakukan *paid promote* atau *promote* berbayar kepada *account-account* instagram yang memiliki banyak *follower*.

b. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi VeeOwnism Arte adalah melalui promosi oleh pemilik (*owner*) secara pribadi dan langsung kepada kerabat, teman, dan masyarakat yang dekat dengannya.

c. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Bentuk promosi *public relation* yang dilakukan oleh VeeOwnism Arte berbentuk balasan atas setiap *comment* yang ada di jejaring social seperti *Instagram* dan *line*, sehubungan dengan konsumen yang tertarik dan bertanya atau bahkan memesan produk VeeOwnism Arte ini sendiri.

3.5.4 Penyaluran (*Placement*)

VeeOwnism Arte merupakan usaha *online*, karena itu penyaluran yang digunakan juga menggunakan media *online*, yaitu *Instagram*.

3.5.5 *People* (Sumber Daya Manusia)

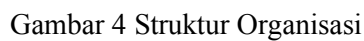
VeeOwnism Arte merupakan usaha *online* yang baru berjalan secara kecil-kecilan, oleh karena itu tenaga kerja yang diperkirakan hanya dibutuhkan 3 orang dan yang paling penting adalah tenaga kerja di bidang ilustrasi yang merupakan tenaga kerja utama di VeeOwnism Arte.

3.5.6 *Process* (Proses)

Proses yang ingin ditunjukkan VeeOwnism Arte kepada konsumen adalah proses pembuatan gambar yang merupakan gambaran tangan atau *traditional drawing* dan bukan merupakan hasil editan.

Dikarenakan VeeOwnism Arte merupakan usaha online, maka produk yang ditampilkan kepada konsumen hanya berupa foto produk saja. Akan tetapi, bukan yang ditampilkan bukan hanya sekedar foto produk biasa. Foto produk VeeOwnism Arte telah diatur sedemikian rupa sehingga dapat ditampilkan secara cantik dan dapat menarik minat konsumen.

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia



VeeOwnism Arte merupakan usaha yang dibentuk secara *online* dan tidak memiliki tempat usaha, oleh sebab itu untuk saat ini belum dibutuhkan perijinan badan hukum tertentu untuk usaha *online*.

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan

[illegible]

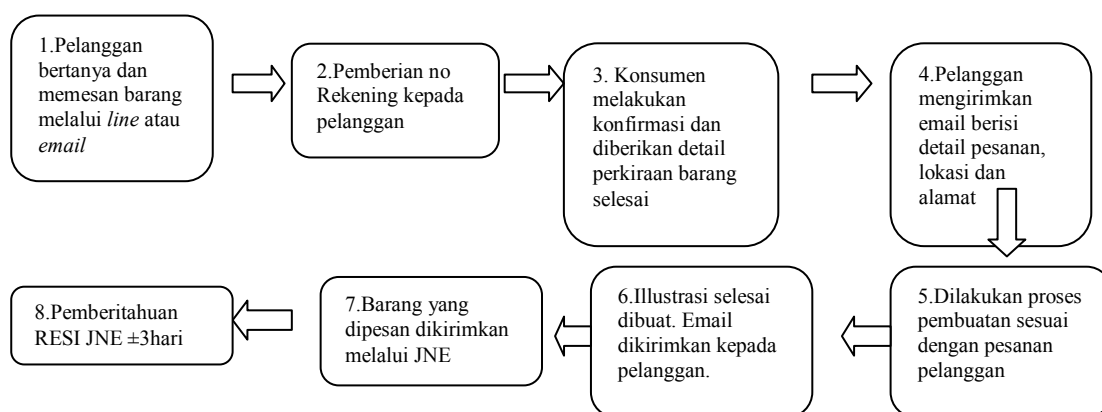
Riset pasar dilakukan untuk menyusun perencanaan usaha seperti berapa banyak modal yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha VeeOwnism Arte alat apa saja yang harus disiapkan, serta untuk mengetahui struktur organisasi seperti apa yang harus dibentuk oleh VeeOwnism Arte. Diperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan persiapan dari survey pasar sampai soft-opening VeeOwnism Arte adalah 3 bulan.

4.4 Inventaris Kantor dan *Supply* Kantor

Setiap Usaha memerlukan inventaris kantor dan *supply* kantor dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan. VeeOwnism Arte membutuhkan Inventaris usaha berupa meja kerja dan kursi kerja, wadah pensil dan penghapus, serta papan *order*. Alat tulis kantor yang dibutuhkan yaitu buku kas, *post-it*, dan pena.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Proses Produksi/Gambaran Teknologi



Gambar 5 Siklus Produksi VeeOwnism Arte Melalui Pemesanan Online

5.2 Tenaga Produksi

Berikut kriteria yang harus dipenuhi oleh calon karyawan VeeOwnism Arte:

1. Pendidikan terakhir minimal tamatan SMA/Sederajat.
2. Usia 18 s/d 30 tahun.
3. Mampu bekerja dengan jujur, giat, rapi, disiplin, loyalitas, tanggung jawab dan dapat bekerja sama dengan tim.
4. Mengerti sistem jual-beli *online*.

5.3 Peralatan kerja

Peralatan kerja sangat dibutuhkan untuk melakukan proses produksi. Untuk itu VeeOwnism Arte harus memperhitungkan kebutuhan modal kerja dengan melihat harga modal, bahan baku yang tersedia. Bahan baku yang dibutuhkan oleh VeeOwnism Arte yaitu peralatan gambar, peralatan packing, dan peralatan produksi.

5.4 Mesin dan Peralatan Utama

VeeOwnism Arte menyiapkan peralatan kerja untuk beberapa tahun kedepan dan juga memakai alat maupun peralatan yang sudah ada sebelumnya (pribadi). Mesin dan peralatan kerja yang dibutuhkan VeeOwnism Arte adalah *laptop*, *printer*, *pen* *tablet*, dan *Adobe Photoshop*.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Total modal yang diperlukan VeeOwnism Arte adalah Rp 50.895.000. Modal tersebut berasal dari simpanan pribadi sebesar 30% yaitu Rp 15.268.500 dan modal dari orang tua sebesar 70% yaitu Rp 35.626.500.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/ Modal Investasi

Modal Investasi yang dibutuhkan VeeOwnism Arte adalah Rp 19.820.000

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal Perlengkapan kerja yang dibutuhkan VeeOwnism Arte adalah Rp 90.915.000. dan modal *customized item* VeeOwnism Arte adalah Rp 171.600.000.

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

6.4.1 *Payback Period*

Payback Period untuk VeeOwnism Arte adalah selama 7 bulan 18 hari

6.4.2 *Net Present Value (NPV)*

VeeOwnism Arte menghitung NPV dengan menggunakan *BI rate* sebesar 7,75% (Bank Indonesia 2014). NPV yang dihasilkan bernilai positif yaitu sebesar Rp 863.868.454

6.4.3 *Internal Rate of Return (IRR)*

Dengan menggunakan *BI rate* sebesar 7,75%, maka didapatkan hasil perhitungan IRR yaitu 27% dan 28%. Usaha VeeOwnism Arte dapat dinyatakan layak karena hasil perhitungan dari IRR lebih besar dibandingkan suku bunga bank.

6.5 Analisa Keuntungan

6.5.1 BEP dalam Unit

$$\begin{aligned}\text{BEP Softcopy} &= \frac{\text{Rp } 72.606.666}{\text{Rp } 95.000 - \text{Rp } 56.197} \\ &= 1.871 \text{ unit} \\ \text{BEP Print-out Art} &= \frac{\text{Rp } 72.606.666}{\text{Rp } 170.000 - \text{Rp } 56.197} \\ &= 638 \text{ unit} \\ \text{BEP Customized Item} &= \frac{\text{Rp } 72.606.666}{\text{Rp } 210.000 - \text{Rp } 56.299} \\ &= 472 \text{ unit}\end{aligned}$$

6.5.2 BEP dalam Rupiah

$$\begin{aligned}\text{BEP Softcopy} &= 1.871 \times \text{Rp } 95.000 \\ &= \text{Rp } 177.745.000 \\ \text{BEP Print-out Art} &= 638 \times \text{Rp } 170.000 \\ &= \text{Rp } 108.460.000 \\ \text{BEP Customized Item} &= 472 \times \text{Rp } 210.000 \\ &= \text{Rp } 99.120.000,-\end{aligned}$$

6.6 Laporan Keuangan

Untuk menilai kinerja VeeOwnism Arte untuk kegiatan operasionalnya, diperlukan evaluasi terhadap laporan keuangannya. Berikut adalah hasil dari laporan keuangan VeeOwnism Arte berupa laporan laba/rugi dan neraca.

Laporan Laba/rugi

| | |
|--------------------------|-----------------------|
| - Laba Kotor Operasional | Rp 363.485.000 |
| - Penyusutan | Rp (6.606.666) |
| - E.B.T | Rp 356.878.334 |
| - Pajak (PP46, 1 %) | <u>Rp 3.568.783</u> - |
| - E.A.T | Rp 353.309.551 |

Neraca

| | |
|-----------------|----------------|
| - TOTAL AKTIVA | Rp 570.364.551 |
| - TOTAL PASSIVA | Rp 570.364.551 |

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga, teman-teman dan dosen pembimbing yang telah membantu, member dukungan serta memotivasi penulis terhadap penyelesaian business plan ini. Penulis berharap semoga business plan ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi orang lain, serta dapat memberikan pengetahuan yang lebih kepada kita semua nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2012, *Arti Warna Pastel dan Soft Color*, Diakses pada 19 November 2014, dari www.dotblogspot.com
- Anonim 2012, *Penjualan Menurut IAI Dalam SAK*, Diakses pada 19 November 2014, dari www.sistem-akuntansi1000.blogspot.com
- Anonim 2013, *Pajak PP 46 Tahun 2013*, Diakses pada 11 Desember 2014, dari www.pajak.go.id
- Anonim 2014, *Data Bi Rate Tahun 2014*, Diakses pada 19 November 2014, dari www.bi.go.id
- Anonim 2014, *Data Pengguna Internet Indonesia*, Diakses pada 19 November 2014, dari www.sosmedtoday.com
- Anonim 2014, *Penggunaan Internet Indonesia*, Diakses pada 19 November 2014 dari www.trenologi.com
- Anonim 2014, *Sifat dan Karakteristik di Balik Warna Rambut*, Diakses pada 19 November 2014, dari www.teruskan.com
- Assauri Sofjan 2008, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.
- Brigham dan Houston 2009, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- David, R Fred 2008, *Manajemen Strategis Konsep*, Salemba Empat, Jakarta.
- Dr Suliyanto 2010, *Relationship Marketing*, Andi Yogyakarta.
- Kotler, Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga Jakarta Sindoro; Penyunting: Benyamin Molan, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Prenhallindo, Yogyakarta.
- Kotler, Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga Jakarta Sindoro; Penyunting: Benyamin Molan, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2, Prenhallindo, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Madura, Jeff 2007, *Pengantar Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi 2007, *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Prof. Dr. Mr Pradjudi Armosudiro 2008, *Pemimpin dan Kepemimpinan Dalam Organisasi*, Diakses pada 19 November 2014 dari www.ekonomi.kompasiana.com
- S. Munawir 2010, *Analisa Laporan Keuangan: Edisi Empat*, Liberty, Yogyakarta.
- Sanjaya, Ridwan dan Wisnu Sanjaya 2009, *Membangun Kerajaan Bisnis Online*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Simamor Henry 2004, *Koleksi Digital Universitas Kristen Petra*, Erlangga, Jakarta.
- Thomas W Zimmerer 2009, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Dadi Adriana 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Wibisono, Dermawan 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.
-